

## **Bab II**

### **Tinjauan Pustaka**

#### **2.1 Televisi sebagai Media Komunikasi Massa**

Komunikasi bersifat dinamis. Manusia sebagai makhluk komunikasi juga bersifat dinamis, sehingga komunikasi senantiasa mengikuti perubahan kebutuhan dan dinamika kehidupan. Komunikasi menjadi sistem untuk saling berhubungan, berdialog dengan diri sendiri maupun dengan orang lain. Seiring dengan perkembangan zaman, komunikasi menjadi sebuah kebutuhan mutlak bagi setiap individu, tanpa mengenal usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan status sosial. Semakin meningkatnya kebutuhan manusia maka semakin meningkat pula teknologi saat ini dengan perkembangan inovasi dan teknologi. Hal ini lah yang melatar belakangi munculnya berbagai media untuk memenuhi kebutuhan tersebut seperti media cetak dan media elektronik. Media cetak dan media elektronik termasuk ke dalam bentuk komunikasi yaitu komunikasi massa (Murtiadi dkk, 2015:105).

Salah satu media komunikasi massa yang sangat dekat dengan masyarakat adalah televisi. Komunikasi massa media televisi adalah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Komunikasi massa media televisi bersifat periodik. Media televisi sebagai media komunikasi massa melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta pembiayaan yang besar, sehingga pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa media tersebut hanya dapat didengar dan dilihat sekilas. Pesan-pesan di televisi bukan hanya didengar, tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang bergerak (audiovisual). (JB. Wahyudi, Komunikasi Jurnalistik, 1991) dalam buku (Kuswandi, 1996). Tujuan akhir dari penyampaian pesan media televisi, bisa

menghibur, mendidik, kontrol sosial, menghubungkan atau sebagai bahan informasi (Kuswandi, 1996).

Pesan yang disampaikan memiliki nilai berita ringan sampai tinggi, ini mencerminkan proses komunikasi massa. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin maju membuat komunikasi massa pun berubah menjadi semakin canggih dan kompleks untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Joseph R. Dominick, *Komunikasi massa sebagai suatu proses dimana suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen dan tersebar* (Wahyuni,2014:1).

## **2.2 Drama Korea dan Budaya Populer**

K-Drama mengacu pada pertelevisian di Korea dan dihasilkan dengan menggunakan bahasa Korea. Dalam *Wikipedia* disebutkan bahwa drama Korea memiliki dua genre utama yang paling disukai. Genre pertama adalah drama yang menyerupai [opera sabun](#) barat dengan plot pendek, berakhir cepat, dan tanpa referensi seksual yang jelas, yang biasanya sering ditemukan di drama barat. Drama ini biasanya melibatkan konflik terkait hubungan percintaan, hubungan bisnis, hubungan antara mertua (biasanya antara ibu dan anak/menantu perempuan). Selain itu, mereka sering terlibat [cinta segitiga](#) yang rumit di mana pemeran utama wanita biasanya jatuh cinta dengan seorang "anak nakal", serta terdapat pula [karakter utama](#) yang menganiaya dirinya sendiri. Drama ini berlangsung dari 16 episode sampai lebih dari 100 episode (biasanya tidak lebih dari 200 episode).

Genre yang kedua adalah drama yang menampilkan sejarah negara Korea yang biasanya dikenal dengan *sa geuk*. Drama jenis ini adalah drama yang didramatisasi fiksi sejarah Korea. Drama [sejarah Korea](#) biasanya melibatkan alur cerita yang sangat kompleks dengan kostum, set dan efek khusus yang rumit. [Seni bela diri](#), pertarungan pedang dan [kuda](#) sering menjadi komponen utama dari drama sejarah Korea tersebut. Drama Korea, baik drama sejarah atau modern, biasanya ditandai dengan kualitas produksi yang sangat baik, karakter dengan penjiwaan yang baik, naskah yang cerdas tetapi sebagian besar bergantung pada penggunaan pola dasar karakter.

(sumber: [https://id.wikipedia.org/wiki/Drama\\_Korea](https://id.wikipedia.org/wiki/Drama_Korea), diakses pada tanggal 07 Mei 2017)

Seperti yang ditulis oleh Yuliana, dkk (2012) yang mengutip dari Jimoondong (2008) Drama Korea adalah produk budaya populer Korea pertama yang berhasil masuk menguasai pasar Indonesia. Drama Korea pertama hadir di layar kaca Indosiar pada tahun 2002 berjudul *Endless Love*. Setelah itu banyak drama seri Korea yang bermunculan di stasiun televisi Indonesia antara lain *Winter Sonata*, *Princess Hours*, *Full House*, *Boys Before Flowers*, *My sassy Girl*. Hingga tahun 2011 terdapat sekitar 50 judul drama Korea telah tayang di layar kaca Indonesia.

Kebudayaan populer banyak berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu, yaitu seperti pementasan mega bintang, kendaraan pribadi, *fashion*, model rumah, dan sebagainya. Sebuah budaya yang akan memasuki dunia hiburan, maka budaya itu umumnya menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Budaya itu

akan memperoleh kekuatannya manakala media massa digunakan sebagai *by pass* penyebaran pengaruh di masyarakat (Bungin, 2006)..

### **2.2.1 Drama Korea Sebagai Acara Hiburan**

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (game), musik, dan pertunjukkan. Drama merupakan acara hiburan yang selalu di tayangkan televisi. Program televisi yang termasuk dalam program drama adalah sinema elektronik (sinetron) dan film (Morissan, 2009:213).

Di negara lain Sinetron disebut dengan opera sabun (soap opera atau *daytime serial*) namun di Indonesia lebih populer dengan sebutan sinetron. Telenovela sebutan bagi sinetron yang berasal dari Amerika Latin. Sinetron merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan. Biasanya akhir cerita dari sinetron sering terbuka dan berakhir tanpa penyelesaian. Cerita akan diperpanjang jika masih ada audien yang ingin menontonnya. Penayangan sinetron terbagi dalam beberapa episode. Sinetron yang memiliki episode terbatas disebut dengan mini seri. Episode dalam mini seri merupakan bagian dari keseluruhan (Morissan, 2009:213-214).

Saat ini sinetron yang berasal dari Korea atau yang lebih dikenal dengan Drama Korea sangat populer di negara-negara Asia khususnya Indonesia. Drama Korea saat ini memiliki banyak penonton dari seluruh dunia. Biasanya drama Korea tidak memiliki episode yang lama. Drama Korea menjadi penyebab mulainya *Hallyu* di berbagai negara. Di Indonesia gelombang *Hallyu* muncul pada

tahun 2002 yakni saat TV lokal mulai menayangkan Drama Korea ‘Winter Sonata’ dan ‘Endless Love’. Drama merupakan produk budaya populer, dimana budaya pop adalah budaya massa untuk konsumsi massa. Banyak drama Korea yang sukses menarik perhatian penonton sehingga ketertarikan terhadap drama semakin meningkat. Kesuksesan drama Korea yang memiliki jumlah penggemar yang besar di Indonesia, terletak dari segi cerita yang sederhana namun bermakna, tidak seperti drama Jepang yang kadang terlihat agak kaku dengan alur ceritanya. Meskipun memiliki genre yang sama dengan kebanyakan drama Asia lainnya, yaitu percintaan, namun drama Korea menawarkan kisah cerita yang segar dibandingkan drama Asia lainnya (Yuliana,dkk. 2012).

Drama Korea memiliki cerita yang kuat dan cerita yang bervariasi dengan didukung akting dari para pemain yang mudah mendalami perannya secara natural sehingga menyebabkan penduduk asia yang melihat dapat dengan mudah mengena di hati. Selain itu, cerita yang ditampilkan sesuai dengan budaya masyarakat asia pada umumnya, konsep mengenai cinta sejati, pengorbanan, dan konsep kehidupan lain yang tergambar dalam drama korea tidak bertentangan terlalu jauh dengan konsep kehidupan yang ada pada masyarakat asia pada umumnya (Sella, 2013).

Tidak seperti sinetron Indonesia yang bertele-tele dan memiliki penggemar kaum ibu-ibu. Drama Korea banyak disukai oleh semua kalangan. Akhir-akhir ini kaum laki-laki pun mulai menyukai Drama Korea. Banyak nya penggemar drama Korea tidak terlepas dari kerja keras para pekerja seni yang memiliki ide kreatif dan imajinasi yang tinggi tidak hanya tentang alur ceritanya namun juga mereka

mengangkat kebudayaan dan masalah sehari-hari melalui drama yang di ciptakan (Yuliana,dkk. 2012).

### **2.3 Drama Ber-genre Keluarga**

Secara umum genre berarti jenis atau macam dan secara longgar diterapkan pada kategori produk budaya manapun yang berbeda. Perkembangan yang lebih baru dalam kajian budaya-media memberikan keutamaan terhadap beberapa genre televisi yang familiar dan memberikan batasan untuk wilayah penelitian yang baru. Contoh yang penting adalah perhatian terhadap opera sabun, sebagian identifikasi mereka sebagai bentuk televisi yang tergender (Modleski,1982;Allen,1987,1989;Hobson,1989;Geraghty,1991;Liebes dan Livingtone,1998;Brundson,2000). Karakteristik yang lebih feminim dari genre opera sabun dikatakan terletak pada bentuk naratifnya, pengutamaan dialog atas aksi, dan perhatian terhadap nilai-nilai keluarga yang luas dan peranan ibu dan ibu rumah tangga. Istilah opera sabun diterapkan kepada berbagai jenis drama yang meneguhkan dalam beberapa hal, validitas, dan kegunaan konsep dari genre dan opera sabun (McQuil, 2011).

### **2.4 Orang Tua dan Anak**

#### **2.4.1 Hubungan Orang Tua dan Anak dalam Budaya Asia**

Hubungan antara anggota keluarga harus dipupuk dan dipelihara dengan baik. Hubungan yang baik, kesatuan sikap ayah dan ibu merupakan jalinan yang memberi rasa aman bagi anak-anak. Hubungan serasi antar orang tua memberi rasa tenang dan keteladanan bagi anak dan keluarga yang kelak dibentuknya. Anak yang menghadapi kesulitan atau masalah, baik kecil maupun besar mengidamkan tempat bernaung pada orang tua yang menampung segala

masalahnya. Ini akan terjadi jika komunikasi yang dilakukan berjalan dengan baik. Komunikasi terbentuk bila hubungan timbal balik selalu terjalin antara ayah, ibu dan anak. Membina hubungan baik antara orang tua dan anak dapat dilakukan dalam suasana yang santai agar dapat mengungkapkan perasaan dan kegiatan yang dilakukan masing-masing. Hal ini akan membentuk keakraban dan menyejukkan untuk setiap anggota karena meluangkan waktu untuk keluarga setelah kesibukan yang menyita seluruh waktu untuk bersantai (Gunarsa,2001).

Sehubungan dengan keluarga, dalam budaya orang timur khususnya di Asia. Hubungan yang terjadi antara orang tua dan anak dalam keluarga sangat berbeda dengan keluarga budaya barat. Hubungan yang terjadi antara orang tua dan anak tidak langsung ditampilkan secara terbuka dalam mengungkapkan isi hatinya. Kebanyakan orang tua mengungkapkan dengan caranya bertindak dan berperilaku. Mereka tidak akan mengatakanya secara langsung jika ingin membuktikan kasih sayang terhadap anak. Akan tetapi mereka akan memberitahu dengan cara yang lebih dari sekedar kata-kata, yaitu dengan memberikan perhatian lebih ke anaknya. Sebaliknya, Anak di Timur mungkin sebagian tidak menyadari bahwa itu adalah bahasa cinta dari Orang Tua mereka. Hingga akhirnya mereka memaksa untuk “pindah budaya”. Yang pasti adalah, saat mereka tumbuh dewasa dan saat Orang Tua telah tidak ada, kesadaran itu mungkin akan datang menggoda. Anak di dunia Timur walaupun sangat kaku, sejatinya berhubungan erat dengan Orang Tuanya. Hal yang sama, Orang Tua bahkan tidak mendorong anak untuk meng-individualisasi-kan dirinya—walaupun pada dasarnya sebagian Orang Tua juga tahu persis Anak mereka adalah “harta” dalam arti sesungguhnya. Segala hal berdasar protokol dan segala

tindakan dilegalisir berdasar pepatah, kode, adat susila, atau aturan norma-agama. Protokol yang justru hampir hilang di dunia Barat ini, masih kuat di Timur (Soesandireja, 2017).

Negara di Asia Timur khususnya Korea Selatan merupakan negara yang memberikan perhatian besar terhadap kualitas sumber daya manusia (SDM). Sejak dari lingkungan keluarga, mereka menyerap nilai-nilai moral yang menjunjung tinggi semangat bekerja keras, berdedikasi tinggi dan mampu beradaptasi dengan perubahan sekitarnya. Nilai-nilai itu tertanam dan dijaga dalam perilaku sehari-hari dan bukan sekedar untuk pencitraan diri. Walaupun budaya di daerah perkotaan Korea Selatan tampak mendapatkan pengaruh Barat (Amerika) sejak 1950-an, namun jiwa perilaku dan sikap dasar --termasuk mereka yang tinggal di luar kota atau daerah pedesaan-- masih tetap terjaga. Tetap adanya respek pada yang lebih memiliki wewenang, yang lebih tua dan yang terpelajar. Nilai-nilai dalam keluarga, seperti harmoni, tetap dijaga (Widyahartono, 2017).

#### **2.4.2 Konflik antara Orang Tua dan Anak**

Konflik memang suatu hal yang tidak dapat bisa dihindari, apalagi bagi anggota keluarga yang hidup dalam suatu atap. Dalam interelasi yang terjalin pasti ada sesuatu yang membuat salah satu pihak merasa tidak diperlakukan dengan adil. Namun, tidak berarti setiap konflik memiliki makna negatif, karena bisa saja terjadinya konflik justru akan memberi dampak positif. Konflik dapat dibagi menjadi dua yaitu konflik yang berguna dan konflik yang destruktif. Konflik yang berguna adalah konflik yang akan lebih memahami keinginan masing-masing dan atas dasar pemahaman itu, keduanya akan mampu menghindar dari kemungkinan konflik diantara mereka. Konflik negatif adalah konflik yang destruktif diantara



anggota keluarga besar atau konflik orang tua. Konflik ini disebabkan oleh ketidak mampuan mendapatkan solusi dan tidak memuaskan bagi kedua belah pihak (Sadarjoen, 2005). Konflik dalam keluarga tidak hanya terjadi antar keluarga namun juga dapat terjadi antara orang tua dan anak.

Hal-hal mendalam yang dirasakan oleh anak ialah orang tua sering memaksa anak untuk berbuat yang tidak sesuai. Orang tua meyakini bahwa anak tidak akan dapat memperbaiki kesalahan-kesalahan mereka tanpa pengaruh orang dewasa, orang tua memaksa anak berperan sebagai bawahan. Dengan demikian orang tua menciptakan benih pertikaian. Akibatnya dapat dilihat dengan jelas. Anak-anak menolak untuk makan, tidur, merapikan rumah, turut memiliki, menghentikan perkelahian dan sebagainya. Orang tua percaya bahwa mereka tahu yang benar, berusaha untuk memaksanya kepada anak atau berkuasa atas diri anak. Konflik tidak dapat dihindarkan dan tidak mungkin terjadi kemenangan akhir apabila orang tua dan anak-anak mencoba memaksakan cara-masing-masing terhadap orang lain (Balson, 1991).

Keinginan orang tua untuk mengontrol anak, keengganan orang tua untuk melepaskan anak atau memberikan otonomi secara penuh akan mengakibatkan perilaku orang tua yang dianggap anak mengekang. Ketika anak memicu konflik maka perasaan yang timbul pada orang tua adalah perasaan cemas dan khawatir. Orang tua merasa khawatir terutama tentang pergaulan anak. Orang tua menganggap bahwa anak masih belum bisa menjaga diri dan mudah terpengaruh oleh teman sebaya. Dari perasaan cemas dan khawatir ketika anak berbuat salah sehingga timbul emosi spontan dan marah (Ningsih, 2012). Keyakinan yang penuh terhadap pandangan keluarga digoyahkan oleh keadaan dan situasi di luar

keluarga yang jauh berbeda. Perbuatan dan tingkah laku orang-orang di luar lingkungan keluarga yang jauh berbeda dengan anggota keluarga menyebabkan pemikiran-pemikiran yang meragukan kuatnya pandangan keluarga. Anak akan mengambil sudut pandang yang berbseda. Di sini mulailah pertentangan antara orangtua sebagai pembentuk 'ideologi' keluarga dan anak sebagai pendobraknya dengan akibat terjadinya konflik keluarga (Gunarsa, 2007).

Menjadi orang tua yang diharapkan oleh si anak dan menjadi anak yang diharapkan oleh orang tua memang sama sulitnya. Bukan sebuah kondisi yang cepat berganti, tapi proses panjang yang memerlukan perjuangan didalamnya. Menjadi orang tua yang baik adalah keinginan setiap orang dan dipastikan tidak ada seorang pun yang menginginkan dirinya dianggap sebagai orang tua yang tidak mampu mengurus anak. Oleh karena itu, orang tua dituntut untuk lebih peka dalam memahami karakter dan sifat anak (Ghozally, 2007).

Tidak jarang orang tua mengeluh karena apa yang telah diusahakan oleh mereka seperti memberi pendidikan dan mutu kehidupan sebaik dan sebijaksana mungkin, tetapi hasilnya nihil. Bahkan mereka sering disalahkan kerana terlalu mengatur hidup anak, sehingga anak merasa terkekang dan akhirnya membertontak terhadap orang tua. Terdengar pula keluhan remaja yang merasa dirinya tidak dimengerti oleh orang tuanya dan tidak diperlakukan sebagai anak kandung. Dengan kata lain, anak merasa tidak mendapat kasih sayang orang tua. Apabila kedua belah pihak saling dipertemukan maka akan terlihat adanya kesimpangsiuran dan kesalahpahaman yang terjadi.

## 2.5 Pemaknaan Audien terhadap Pesan Media

Audien atau Khalayak merupakan salah satu unsur dari komunikasi yang harus ada, karena audien sebagai penentu dari keberhasilan komunikasi. Jika, dalam proses komunikasi audien tidak ada, maka sudah dipastikan bahwa komunikasi tersebut akan gagal dalam mencapai tujuannya (Cangara, 2007).

Khususnya dalam komunikasi massa *audience* sangat diperlukan untuk menanggapi respon dari tayangan yang disebarkan oleh media. Media cetak maupun elektronik harus membangun kelompok konsumennya, untuk mengetahui seberapa besar respon yang didapatkan terhadap media tersebut. Pengelola program peyiaran harus memahami kebutuhan audiendalam upaya untuk dapat mendesain program yang dapat memenuhi kebutuhan mereka secara efektif. Identifikasi terhadap target audien dilakukan dengan mengelompokkan sejumlah audien yang memiliki gaya hidup, kebutuhan dan kesukaan yang sama (Morissan, 2009). Menurut Herbert Blumer dan kawan kawan dalam buku (Nurudin,2011) audien memiliki 5 karakteristik yaitu:

- a. Audien cenderung berisi individu-individu yang condong untuk pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial diantara mereka.
- b. Audien cenderung besar. Besar di sini berarti tersebar ke berbagai wilayah jangkauan komunikasi massa.
- c. Audien cenderung heterogen. Mereka berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial.
- d. Audien cenderung anonim, yakni tidak mengenal satu sama lain.
- e. Audien secara fisik dipisahkan dari komunikator.

Dalam komunikasi massa audien akan memaknai pesan-pesan yang ditayangkan oleh media massa. Dalam buku *Semiotika Komunikasi*, Sobur (2004) menjelaskan bahwa pemaknaan lebih menuntut kemampuan integratif manusia seperti indrawinya, daya pikirnya, dan akan budinya. Memberi makna merupakan upaya yang lebih jauh dari penafsiran dan mempunyai kesejajaran dengan ekstrapolasi. *Ekstrapolasi* lebih menekankan pada kemampuan daya pikir manusia untuk menangkap hal yang disajikan.

Hall (1972) menuliskan tentang teori '*Encoding dan Decoding*' sebagai proses khalayak mengonsumsi dan memproduksi makna dalam proses penerimaan atas konten media massa yang dikonsumsi. Dari Konsep Hall tentang Encoding-Decoding inilah muncul Studi Analisis resepsi khalayak/audiens yang dilakukan oleh murid Stuart Hall yakni David Morley (1981) (Ida, 2014). Teori ini dapat mendorong terjadinya interpretasi-interpretasi beragam dari teks media selama proses produksi dan penerimaan (resepsi).

- a. *Encoding* dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide-idenya ke dalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh indra pihak penerima. Enkoding dalam proses komunikasi dapat berlangsung satu kali maupun berkali-kali. Enkoding hampir menyerupai pesan. Perbedaananya enkoding adalah proses yang terjadi di otak untuk menghasilkan pesan, sedangkan pesan adalah hasil dari proses enkoding yang dapat dirasakan atau diterima. Pesan ini akan diolah menjadi pesan yang memiliki arti dengan proses dekoding (Morissan, 2013).
- b. Kemampuan khalayak untuk menerima pesan dan membandingkan pesan tersebut dengan makna yang sebelumnya telah disimpan di dalam ingatan

mereka. Proses ini disebut dengan *Dekoding*, ketika menerima pesan dari pihak lain maka *dekoding* akan mulai bekerja terhadap pesan itu berdasarkan persepsi, pemikiran dan pengalaman masa lalu (Morissan, 2013).

Pesan dari media harus diaprosiasikan atau diubah kepada pesan yang bermakna, karena pesan yang memiliki makna inilah yang akan memiliki efek kepada khalayak dan mempengaruhi seperti menghibur, mengajari, konsekuensi, tingkah laku, ideologis, emosional dari *audience* secara kognitif dan persepsi yang sangat kompleks. Produsen media bisa saja meng-encode makna tertentu dalam teks yang dihasilkannya, yang didasarkan pada pemahaman dan konteks sosial tertentu, namun perlu dicatat bahwa ketika teks tersebut dikonsumsi orang, maka orang tersebut akan melakukan *decoding* berdasarkan pada asumsi dan konteks sosial sendiri. Ini yang menjadikan ada perbedaan antara proses yang dihasilkan dalam *encoding* dan *decoding*-nya.

Menurut Stuart Hall, Khalayak melakukan decoding terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi, yaitu:

- a. Posisi Hegemoni Dominan (The dominant-hegemonic), yaitu situasi dimana khalayak menerima pesan yang disampaikan oleh media. Media harus memastikan bahwa pesan yang diproduksinya harus sesuai dengan budaya dominan yang ada dalam masyarakat. Media memproduksi pesan dan khalayak mengkonsumsinya. Khalayak mengonsumsi pesan tersebut berdasarkan makna yang ditawarkan media. Pembaca sejalan dengan kode-kode program (yang terkandung

nilai-nilai, sikap, keyakinan dan asumsi) dan secara penuh menerima makna yang disodorkan dan dikehendaki oleh si pembuat program.

b. Posisi Negosiasi (*The Negotiated Reading*), yaitu posisi dimana khalayak secara umum menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu. Dalam hal ini, khalayak bersedia menerima ideologi dominant yang bersifat umum, namun mereka akan melakukan beberapa pengecualian dalam penerapannya yang disesuaikan dengan kode-kode program dan pada dasarnya menerima makna yang disodorkan oleh si pembuat program namun memodifikasinya sedemikian rupa sehingga mencerminkan posisi dan minat-minat pribadinya.

c. Posisi Oposisi (*The Oppositional Reading*), Cara terakhir yang dilakukan khalayak dalam melakukan *decoding* terhadap pesan media adalah melalui oposisi yang terjadi ketika khalayak audiensi yang kritis mengganti atau mengubah pesan atau kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif. Audiensi menolak makna makna pesan yang dimaksudkan atau disukai media dan menolak makna pesan yang dimaksudkan atau disukai media dan menggantinya dengan cara berfikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media. Pada kondisi ini khalayak berusaha untuk melakukan demitologisasi terhadap teks, pembaca tidak sejalan dengan kode-kode program dan menolak makna atau pembacaan yang disodorkan, dan kemudian menentukan frame alternatif sendiri di dalam menginterpretasikan pesan/program.

## 2.7 Analisis Resepsi

Analisis resepsi khalayak atau audiens memahami proses pembuatan makna (making meaning process) yang dilakukan oleh audiens ketika mengonsumsi tayangan sinema atau program film seri di televisi. Analisis resepsi digunakan untuk melihat dan memahami respon, penerimaan, sikap, dan makna yang diproduksi atau dibentuk oleh penonton atau pembaca novel-novel romantis misalnya terhadap konten dari karya kiterature dan tulisan majalah (Ida, 161:2014). Jadi, penonton akan menginterpretasikan teks media dengan memaknai berdasarkan pemahamannya sesuai apa yang dilihat dan dialaminya dalam kehidupan sehari-hari. *Receptions Analysis* menyarankan baik *audience* maupun konteks komunikasi massa perlu dilihat sebagai suatu spesifik tersendiri dan menjadi objek analisi empiris. Analisis resepsi kemudian menjadi pendekatan tersendiri yang mencoba mengkaji secara mendalam bagaimana proses-proses aktual melalui mana wacana media diasimilasikan dengan berbagai wacana dan praktik kultural audiensnya (Jensen, 1999) dalam buku (Machmud, 2016).